

2012年（平成24年）6月7日（木） 地方行政

木曜連載 地域力と地域創造<sup>29</sup>

## 農業に新たな価値変動

### 埼玉県内の現場を見て回る

金丸弘美

食総合プロデューサー

### ユニバーサルデザインの農園

最近、埼玉県内の農業現場を3度にわたって見て回った。農業にもさまざまな新しい形態が登場しており、新たな価値変動を迎えているのだと改めて痛感した。

農業も多様化していて、これまでのような生産の拡大や集約を目指すだけでなく、いろいろな組み合わせで活力を生み出すことができると感じた。その手法は、▽消費者に直接販売する▽参加・体験を中心にする▽直売所で販売する▽異業種が連携する▽レストランやショップを併設する——など、さまざまである。

同県深谷市の「いちご畑花園」は、腰を曲げずにイチゴが摘める高設栽培の観光農園だ。これまでのようにイチゴを栽培してJA経由で市場に出すのではなく、農園に客を呼んで摘んでもらうスタイルを導入した。

こうした参加型の農園は全国各地にあるが、ここでは立ったままイチゴ狩りが楽しめる上、車い

ずでも入ることができるとユニバーサルデザインというのがユニークな点だ。

栽培品種は「秋姫」と「紅ほっぺ」が中心。なぜこの品種が選ばれたかというと、枝が折れにくく、高い位置から引つ張って摘む高設栽培に向いているからである。イチゴのほかに、イチジクも栽培している。

同園を経営する高荷政行さんは、もともとJAで生産指導をしていた。近くに観光地の秩父があり、その帰りにイチゴ狩りができないかと相談を受けたのがきっかけで観光農園を始めた。イチゴ狩りができる1月から5月までに約3000人が来園するという。

### 「いちご畑」の高荷さん



農園周辺の農家の若い人たちにもノウハウを提供しており、今では同じようなイチゴ狩りのハウスが10軒ほどある。

この農園では、観光農園のほか、直接販売や近郊の量販店への出荷、JAへの出荷など多様な出荷形態をとっているが、こうした出荷形態を持つ農家は各地に広がっている。

### 卵を求めて9万人の来客

入間市にある養鶏業の「桂ファーム」は、1・7歳の鶏舎で2万5000羽を飼育し、卵を直接消費者に販売する。養鶏場の前に小さな直売所を設けている。販売価格は赤玉が1キ。当たり480円。年間約9万人が訪れ、売り上げは2億円に上るといふ。卵だけの販売でこれだけお客が来るといふのは驚きだった。

代表者の栗原桂一さんは開拓農家の2代目。親の時代は、鶏のヒナを販売していたという。養鶏は、かつてはどの農家も庭先で鶏を飼うのが主流だった。最近は大規模が進み、鶏舎で何万羽と飼育するのが主流になり、卵が大量に生産されるようになった。半面、供給過剰状態となり、利幅は小さくなったというのが現状である。

そんな中で、栗原さんは餌と水にこだわり、良質の卵を直接販売することを始める。餌は、飼料メーカーにオーダーし、非遺伝子組み換えでポストハーベストフリーのトウモロコシと魚粉、貝化石などを配合したものを作ってもらった。餌を厳選したことで鶏糞も良質の堆肥に生まれ変わり、

これも販売されている。

### 「桂ファーム」の栗原さん夫妻



日高市にある直売所「あぐれっしゅ日高中央」は、1975年の設立。全国でも最も早くできた直売所の一つだろう。2006年に移設してリニューアルし、売り上げも順調に伸びて年間約6億円に上る。周辺地域からの来客も多く、まとめ買いをしていく。客単価は約1700円。

早くから直販を始めたのは、農地が狭い農家が多く、同じ農産物が大量に集まらないからだった。他の産地のように、農産物を集荷場に集めて市場に出すという形態はなじまなかったわけだ。

この結果、農家は直売所で販売できるように作

付けと生産を考え、コンスタントに出荷できる体制になったという。

最近では周辺のスーパー内にも直売所コーナーができており、農家がこうした売り場を幾つか持つて販売する方法が定着している。農家の生産技術も高度になり、それぞれの売り場に合わせて、途切れなく出荷できるように調整して生産しているという。

### 「ふれあい農園」参加者の橋本さん(左)と、平井さん



### プロが指導する体験農園

所沢市では、05年に体験農園の「ふれあい農園」が生まれた。野菜を販売するのではなく、野菜づくりの体験料で運営されている。平井喜代志

さんがJAの依頼を受けてスタートさせた。

平井さんが所有する畑(50坪)を50平方メートルの区画に分け、1区画3万1500円の年間利用料で平井さんの指導を受けながら野菜づくりを体験してもらおう。現在はサラリーマン家庭や定年退職者の夫婦ら45組が利用している。

毎週土曜日に午前8時30分から2時間の講習会が開かれ、平井さんのレクチャーを受けてから作業を始める。畑の手入れや肥料・種の準備、1年間の栽培計画づくりなどは平井さんが行う。

栽培する作物は、キャベツ、トウモロコシ、ネギ、小松菜、春菊、コカブ、水菜、シヨウガ、サトイモ、インゲン、トマト、キュウリ、ナス、ピーマンなど30品目ほど。参加者はみんな同じ野菜を栽培するシステムだ。

プロの指導があることで、栽培の技術が学べ、素人でも失敗がない。それに、鮮度の高い野菜が手に入る、収穫祭などで地域コミュニケーションが図れるといったメリットもある。

定年退職後にふれあい農園の利用を始め、今年で8年目になるという橋本武彦さんは、奥さんと一緒に参加している。今では指導員の腕章をもらい、新人の参加者にアドバイスするまでになった。もともと九州出身で、定年後は土に触れたいと思っていた。サラリーマン時代のような肩書もなく、他の参加者と気軽に話せるのが快適という。

定年前は、あまり野菜を食べなかったそうだが、自分で栽培するようになると野菜中心の食生活になったという。

小さな畑でも夫婦では食べきれないほど野菜が取れるために、親戚に送ったりして喜ばれているという。

## 練馬区が発祥の地

この体験農園のシステムは、96年に東京都練馬区の農家、加藤義松さんと白石好孝さんが始めた。都市部では農地の宅地化が進んでおり、何とか都市農業を残したいとの思いだった。今では都内で約60戸の農家が体験農園を行っており、参加者は約3500世帯にまで広がっている。

90年代初め、練馬区では区民農園が人気になっていた。しかし、区民農園には指導する人がいない。しかも、せいぜい1〜2年しか借りられない。畑も荒れやすく、管理する区のメンテナンス費用も莫大にかかる。

こういう状況から、農家が農地を提供し、プロが指導することで参加者に野菜づくりを学んでもらう画期的ともいえるスタイルが生まれた。

練馬区の体験農園では、区が参加者を募集し、希望の農園に振り分けている。耕作面積は22平方メートルで、年間利用料は4万3000円。同区民なら区から1万2000円の補助があり、実質3万1000円で参加できる。

それまでの区民（市民）農園と異なるのは、農家が農地を提供し管理すること、農家が栽培指導をすること、農家が栽培計画と種を用意して参加者は皆同じ作物を栽培すること、契約は最長5年とし、再更新もできることである。

このシステムにより、▽都市部の農地が緑が守られる▽自治体の管理負担が減る▽農家に安定収入をもたらす——などのメリットが生まれた。

それだけではない。地域コミュニティも生まれた。参加者が農家に野菜料理を教えたり、オフ会としてほかの地域への農村ツアーが企画されたりした。野菜づくりを農園で学び、東京の隣接県に土地を購入して本格的に農業を始めた人もいる。グリーンツーリズムがきっかけ

## 「ファーム IN さぎやま」の萩原さとみさん



さいたま市にある「ファーム・インさぎやま」だ。萩原哲さん、さとみさん夫妻と長男の毅さん、次男の哲哉さんが家族で運営している。

もともとは、植木の栽培と販売が中心の農家だった。しかし、バブル崩壊で経営が思わしくなくなる。祖父が亡くなり、膨大な相続税もかかる。先行きが見えなくなった。

そんなとき、さとみさんはフランスの農村ツアー、つまり、先進地のグリーンツーリズムの視察に参加する。そこで、参加型農業や農家宿泊など新しい活動があることを知り、都市住民の癒やしになる農業体験を勧められる。

これをきっかけに、農地を開放して野菜づくりなどを教える体験ファームを開講することになる。体験ファームは1区画33平方メートルで、年会費は2万3000円。26家族が参加している。年間15種類の野菜栽培を指導している。ほかに、幼稚園、小中学校、企業の体験も迎え入れており、参加者は年に8000人を超えている。

ここでは、学校給食と連携して7校に農産物を配達しているほか、周辺のイタリアン・フレンチレストランや一般家庭70軒への宅配、さらには耕作放棄地の復元・維持などにも取り組んでいる。

## 「6次産業のモデル」のモデル

埼玉県には、こうした体験農園とは別の形で発展し、多くの客を集める施設もある。

深谷市に08年に開店した「花園フォレスト」は、スイーツの専門店。まるで欧州の城のような建物

が目を引く。2階部分がケーキ工場で、1階にはバームクーヘンやアイスクリーム、ケーキ、ベーカリー、和菓子、ギフトなどの店舗が並ぶ。

いろいろなスイーツを食べることができ、ピュッフェスタイルのカフェが人気だ。また、アウトレット商品も販売されて長蛇の列ができる。平日でも2000〜3000人がやってくる。中国や韓国からも来客があるという。

もともとは、東京都足立区で始まった小さなケーキ屋だった。ホテルの注文に合わせたオリジナルのバームクーヘンを作る専門店として発展。今ではグループ全体で70億円を販売するという。

ショップでは、新たな事業展開として、地域農家と連携して果実の商品開発と販売も行っている。さらに、日本の人口減が見込まれることから、新たな販売チャンネルとして中国進出も視野に入れているという。

近くには道の駅とJAの直売所もある。関東一帯から人が集まり、この直売所は年に約10億円を売り上げる。販売額は埼玉県内でもトップクラスだ。

レストランや直売所などの複合経営で有名なのが、「サイボクハム」（日高市）である。もともとは種豚を飼育していた所だが、おいしい豚の味を知ってもらいたいと、直接販売を始めた。そこから、レストラン、手作りハム・ウインナーなどの販売、直営農場との連携へと発展し、ミニゴルフ場や温泉を備えた総合リゾート施設となった。今では年間400万人が訪れ、70億円を売り上げている。

ここに何度も視察に来たのが、三重県伊賀市の「モクモク手づくりファーム」である。こちらは養豚農家が出資して、同じようにハム・ウインナーの加工からスタート。レストランや体験工房、温泉、宿泊施設を備え、今では「6次産業のモデル」といわれるまでに発展した。

埼玉県は人口約720万人。大消費地が近いということもあり、実にさまざまな農産物の販売・加工・連携が生まれている。こういった傾向は全国各地でも広まっており、大きな変動期を迎えているといえるだろう。

（「地方行政」（時事通信社）より）